

# 国内テーマ・パークの盛衰と今後の方向性に関する一考察

## A Study of the past and the future of Amusement Park (called “Theme Park”) in Japan

松 井 洋 治

MATSUI Youji

### 1.はじめに

2000年7月7日、国内最大のテーマ・パーク「東京ディズニーランド」(以下「T.D.L.」と略す)の隣接地(舞浜駅寄り)に、大規模複合商業施設「イクスピアリ」(IKSPIARI)がオープンした。“イクスピアリ”とは、experience(経験・体験)とfairy(妖精)を合わせた造語だという。

4階建てで延べ床面積は11万7千㎡。飲食店やブティック、宝飾店など121店舗のほか、総座席数3千5百のシネマコンプレックス(複合型映画施設)や、幼児向け屋内娯楽施設も併設されている。更に、同一敷地内には、日本で初めての「ディズニー」ブランドのホテル「ディズニー・アンバサダーホテル」も同時に開業した。

また、2001年秋には「T.D.L.」の海側に「海」をテーマにした冒険とロマンのテーマ・パーク「東京ディズニー・シー」がオープンする予定で、現在工事が着々と進んでいる。その「東京ディズニー・シー」の園内にも「ホテル・ミラコスタ」(「海を眺めるホテル」の意)の開業が決まっている。

このように、開業18周年目を迎え益々拡大の一途を辿る「T.D.L.」や、近々オープン予定の「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」(大阪市)等を横目に、寂しく休園・閉園に追いこまれたテーマ・パークも少なくない。

本論では、まず「テーマ・パーク」という概念、及びその歴史に簡単に触れるとともに、現在90近くある国内テーマ・パークの現状について、「現地調査」を踏まえ、「勝ち組」と「負け組」の原因究明を主体にした問題点の指摘、並びに今後の方向性について、若干の考察を試みたい。

## 2. 「テーマ・パーク」とは？

「テーマ・パーク」という言葉

「テーマ・パーク」の「テーマ」(Thema)は、「テーマ・ソング」、「テーマ・ミュージック」、「テーマ・レストラン」等とほとんど“そのまま”使われているが、もともとは「主題」「根本思想」という意味のドイツ語で、英語の theme (i:m) である。

従って、<sup>いさき</sup>聊かこだわれば、正しくは、ドイツ語で言えば「テーマ・パルク」、英語では「シーム・パーク」となり、「テーマ・パーク」が「和製語」であることが分かる。

「テーマ・パーク」の定義

いわゆる「アミューズメント・スポット」と総称されるものを、次の様な概念で分類してみた。

- ・遊園地

さまざまな遊覧・娯楽用の乗り物や設備を設けた施設

- ・スポーツ・ランド

ゴーカートやバギーなどが楽しめるカートランド、プールや室内スキー場、アスレチックなど、体を使ってヘルシーに楽しめるスポーツ施設

- ・ゲーム・パーク

最新技術を駆使したアトラクションのほか、人気のアーケードゲームマシンなどが揃った施設

- ・テーマ・パーク

特定の<sup>テーマ</sup>主題に基づいて施設全体の構成・演出をする大型レジャー施設（テーマ遊園地）

言うまでもなく、上記分類は決して絶対的なものではなく、しかも実際には、様々な要素を取り入れており、明確には分類できない施設が多い。

また、上記分類に従えば「動物園」、「植物園」、「水族館」なども立派なテーマ・パークに違いないが、通常これらは「テーマ・パーク」の範疇には入れていない。

（但し、動物園の中にも「よこはま動物園ズーラシア」や「湘南動物プロダクション・市原ぞうの国」のように、その運営方法、各種イベントなどの演出により「テーマ・パーク」としてのPRを意図的に行なっている施設もある。）

### 3. 「テーマ・パーク」の歴史

#### 欧米における「テーマ・パーク」の発展過程

「テーマ・パークに関する研究」は、文献もほとんどなく、学問的にもまだ確立されていないため、「定説」的なものはないが、17 世紀のヨーロッパ各地に見られた緑地・広場・花園などが整備され、その中で音楽や色々な見せ物といったイベントが催されていた一種の都市公園《「プレジャー・ガーデン」(pleasure garden)と呼ばれる》に、テーマ・パークの原点を求めるのが正しいようだ。

そして、19 世紀に入り、1843 年、デンマークのコペンハーゲンに出来た「チボリ公園」(その日本版が岡山県・倉敷市にある)こそが「世界最初のテーマ・パーク」だと言われている。

次いで、1873 年に開催された「ウィーン万博」(オーストリア)の前後から各種の「遊戯機械」が開発され、ヨーロッパ各地だけではなく、アメリカにも「遊園地」が次々に作られた。有名なニューヨークの「コニー・アイランド」も 19 世紀後半の開場である。

ヨーロッパでは、その後目立った動きは 1992 年の「ユーロ・ディズニールランド」(パリ市郊外)開場までほとんど見られないが、19 世紀後半から 20 世紀初頭にかけて国家自体が成長期にあったアメリカでは、一般消費支出の拡大に並行して遊園地需要も増大し、ジェットコースターや大観覧車など大型遊戯機械の導入が盛んになり、遊園地の成立し得る場所も、都市部から郊外へと移らざるを得ず、鉄道敷設の必要性が生じた。

然るに、アメリカでは、20 世紀半ばになると娯楽手段も多様化してくる。まずは「自動車」の普及である。「鉄道」に頼っていたそれまでのレジャーが、より自由に、より広範囲で楽しめるスタイルへと変化した。更に、庶民にとって「遊園地以上に」手軽で、しかもレベルが高い興奮と感動を得られる「映画」が急速に発達し、遊園地、レジャーランドは衰退の一途を辿ったのである。

そして、1955 年、従来の(既存の)遊園地・レジャー施設企業ではなく、ディズニ

一社という「映画産業」に属する新たな企業によって、カリフォルニアに「地上で最も幸せな場所 ( the happiest place on earth ) 」として『ディズニーランド』が作られた。「世界初の本格的テーマ・パーク」の誕生である。『ディズニーランド』については、様々な切り口からの分析・紹介が行なわれているが、「ディズニー映画のキャラクター」なしには考えられない、存在できないことだけは異論のないところである。

#### 国内テーマ・パークの歴史

わが国で「テーマ・パーク」という言葉が使われ始めた時期は、必ずしも明確ではない。

また、先述のアメリカの「ディズニーランド」が出来た時 ( 1955 年 ) も、その後フロリダに「ディズニー・ワールド」が完成した時 ( 1971 年 ) にも、「テーマ・パーク」という言葉は使われていない。

ということは、どうやら、「テーマ・パーク」という言葉が先に述べた通り「和製語である」ことと考え合わせると、1983 ( 昭和 58 ) 年に「T.D.L」が開場し、その成功に触発されて「遊休地の活用」や「地域活性化」を目的に、全国各地で次々に誕生した様々な施設を、いつの頃からか、わが国で「テーマ・パーク」と呼び始めたようである。

いずれにしても、「国内テーマ・パークの第 1 号は“東京ディズニーランド”である」というのが「定説」であろう。

ここで、いささか脇道にそれるが、個人的には「わが国最初で、最大で最高のテーマ・パーク」は“明治以降の京都”だと考えている。

「テーマ」は「歴史」である。室町時代の応仁の乱ばかりでなく、幕末の再三の戦乱で御所をはじめ歴史的建造物の大半が消失したにもかかわらず、明治以降の京都の人々は、それらを見事に復活し、現在に至っている。即ち、「歴史をそのままの形で後世に残す」という永遠のテーマに、町全体が真剣に取り組んでいるのである。

しかし、先の「テーマ・パークの定義」に従えば、京都の町全体を「レジャー施設」「テーマ遊園地」と呼ぶには無理がありそうだ。

しかも、昨今の京都は、あの悪評高き? 「京都タワー」だけでなく、「景観より計算」とでも言いたげに、駅周辺の乱開発振りは目を覆いたくなるばかり。

“「歴史をそのままの形で後世に残す」という永遠のテーマ”などとは凡そかけ離れた次元の高層ビル群。

そういえば、永年「修学旅行先」としては首位を保ってきた「京都・清水寺」が、一昨年あたりから首位の座を「T.D.L.」に奪われたままである。因みに、2位の座も従来の「奈良・法隆寺」が「長崎・ハウステンボス」に入れ替わったまま元に戻らない。第5節「国内テーマ・パークの盛衰」でも触れるが、京都を訪れる人々が「京都に何を求めているのか」を、受け入れる京都人がどこまで理解しているのか、残念ながら甚だ疑問である。

#### 4. わが国の都道府県別テーマ・パーク

現在国内には約90のテーマ・パークがある(2000年10月現在)が、その主なものを都道府県別にまとめてみよう。

都道府県別	名 称	所在地	テ ー マ
北 海 道	登別伊達時代村	登別市	伊達家家臣による北海道開拓史
"	グリック王国	帯広市	グリム童話の世界
山 形 県	リナワールド	上山市	体験型個性派遊園地
茨 城 県	ポティロンの森	江戸崎町	人と自然との共生
栃 木 県	東武ワールドスクウェア	藤原町	世界の有名建築物のミニチュア
"	日光江戸村	"	江戸時代の街道風景を再現
"	ウェスタン村	今市市	西部の開拓史
群 馬 県	軽井沢おもちゃ王国	嬬恋村	遊びと創造の王国
埼 玉 県	ユネスコ村	所沢市	恐竜誕生から絶滅まで
千 葉 県	東京ディズニーランド	浦安市	米ディズニーワールド日本版
"	シェイクスピア・カントリー・パーク	丸山町	文豪の生涯に多角的に迫る
東 京 都	サンリオ・ピューロランド	多摩市	サンリオのキャラクター勢揃い
"	ナムコ・ナンジャタウン	豊島区	昭和30年代の遊びと想像の空間
"	東京ジョイポリス	港 区	ハイテク駆使の「体感」ワールド
"	東京セサミプレイス	あきるの市	TVセサミストリートの世界
"	MEGA WEB	江東区	車の過去と未来、体感型パーク
神 奈 川 県	横浜・八景島シーパラダイス	横浜市	プレジャーランド、水族館
"	横浜ジョイポリス	"	バーチャル体感スポーツ
"	よこはま動物園ズーラシア	"	オカピ等希少動物、次世代動物園
"	新横浜ラーメン博物館	"	全国激うまラーメン集合
静 岡 県	修善寺 虹の郷	修善寺町	和洋の両文化、イギリス村など
"	東海大学社会教育センター	清水市	海・人・自然を体感

愛 知 県	博物館 明治村	犬山市	明治時代の建築物
三 重 県	志摩スペイン村パルケエスパニーヤ	磯部町	多角的スペインの世界
京 都 府	東映太秦映画村	京都市	時代劇のオープンセット中心
和 歌 山 県	ポルトヨーロッパ	和歌山市	地中海の街並み、異国情緒
兵 庫 県	姫路セントラルパーク	姫路市	サファリゾーンとプレイゾーン
岡 山 県	倉敷チボリ公園	倉敷市	デンマーク伝統の公園日本版
〃	おもちゃ王国	玉野市	日本初おもちゃのテーマ・パーク
鳥 取 県	とっとり花回廊	会見町	フラワーガーデン
香 川 県	レオマワールド	綾歌町	「水」中心の旅と祭り（休園中）
福 岡 県	スペースワールド	北九州市	宇宙・地球の近未来都市
佐 賀 県	肥前夢街道	嬉野町	江戸時代の文化
長 崎 県	長崎オランダ村	西彼町	17 世紀のオランダを再現
長 崎 県	ハウステンボス	佐世保市	オランダの街並み、季節の花々
大 分 県	ハーモニーランド	日出町	サンリオのキャラクター勢揃い
宮 崎 県	シーガイア・オーシャンドーム	宮崎市	世界最大室内ウォーターパーク
沖 縄 県	琉球村	恩納村	昔の沖縄を再現

## 5. 国内テーマ・パークの盛衰

わが国最初のテーマ・パーク「T.D.L.」は、1983 年 4 月の開場以来、国内の遊園地には従来見られなかった「夢の国」を創り出し、次々と新しいアトラクションを投入し、17 年目を迎えた 2000 年 9 月開設の新アトラクション「プーさんのハニーハント」で、アトラクションの数は 47 になった。

過日、学生を対象に、次のような質問を試みた。

「T.D.L.」に行ったことのある人？

「T.D.L.」に 2 回以上行ったことのある人？

では、「T.D.L.」に 10 回以上行ったことのある人？

結果は

42 名（クラス全員）

40 名（95% = ほぼ全員）

19 名（45% = ほぼ半数）

これらの数字は、一体何を意味しているのだろうか。

最後の質問に手を挙げた学生達に、「何故、10 回以上も行く気になったのか？」を尋ねたところ、答えは意外に簡単であった。

曰く「だって、行くたびに何か新しいもの（アトラクション）が見られるんだもの」。

この答えこそ「テーマ・パークが存続し得るか否かのポイント」、言い換えれば「テーマ・パーク経営の怖さ」を教えてくれている。

つまり、テーマ・パークという「商売」は、「“新鮮さ”を失えば、一気に飽きられてしまうものなのだ」ということを、学生の解答がいみじくも物語っている。

ところで、最近の新聞から「テーマ・パーク」に関する記事の見出しを幾つか拾ってみた。次の通りである。

- ・「修学旅行にはやはり古都を」(99.3.2・朝日)
- ・「鎌倉シネマワールド3年で幕」(99.11.11・読売)
- ・「中四国最大のテーマパーク・レオマワールド休業へ」(00.5.11・日経流通)
- ・「レジャー施設猛暑で明暗 テーマ・パークは苦戦」(00.8.24・日経流通)
- ・「あえぐ地方テーマ・パーク、地域振興の思惑ゆらく」(00.8.28・日経)
- ・「テーマ・パーク8割が不振 TDL 1人勝ち 16社は債務超過」(00.10.3・読売)

「TDL 1人勝ち」とあるが、その「T.D.L.」にしても、2005年にはアジアで2番目のディズニーランドが「香港」に出来る予定であり、決して安閑とはしてはいられない。明確なデータはないが、台湾・韓国をはじめ東南アジアからの「T.D.L.」への来園者は、現在かなりの数になっているようだ。「香港ディズニーランド」の影響は免れまい。

ましてや、これまでも台湾・韓国からの観光客への依存度の高い「ハウステンボス」や「スペースワールド」にとっては大問題である。

## 6. 休・閉園したテーマ・パークの共通点

やや旧聞に属するが、去る98年12月、福岡県大牟田市の「ネイブルランド」が開業後僅か3年半で閉園に追い込まれた。

同園は、三池炭鉱の閉山に備える「あらかじめ対策」として、「第3セクター」方式でオープンした。「大地と生命」がそのテーマで、水族館、植物園、遊園地が設けられた。

しかし計画当初から、同市とは隣り合わせの荒尾市(熊本県)に一大レジャーランド「三

井グリーンランド」(アトラクション総数 74 は国内最多)があり、そことの競合は避け、むしろ「横浜ベイサイドマリーナ&ショッप्ス」や「イクスピアリ」のような「アウトレット・モール」や「複合型商業施設」、もしくは「住宅展示場」か「炭鉱・閉山」を生かしたユニークなテーマ・パークを作るべきだという専門家の意見も多かったようだが、結局はつかみどころのない(どこにでもある)レジャーランドを作ってしまった。

そして、僅か 3 年半での閉園である。

北海道芦別市でも、やはり旧産炭地への整備基金を得て、1990 年、小説「赤毛のアン」の世界を再現した「カナディアンワールド」を開園したが、1997 年閉園し、市が借入金を肩代わりして長期返済している。

更には、造船不況への対応策として広島県呉市に、1992 年、南スペインのイメージを売り物に開園した「呉ポートピアランド」も、業績不振から 1999 年 9 月に閉園となった。

また、2000 年 5 月、中国・四国地域では最大規模のテーマ・パーク「レオマワールド」(香川県綾歌町)が「9 月から半年間の休園」(園内にある「レオマリゾートホテル」も休館)、並びに「260 人の従業員全員解雇」を発表した。「休園」とはいうものの、再開のメドは全く立っていないという。

同園は、91 年 4 月、238 室のリゾートホテルや美術館などを併設した総合テーマ・パークとして、地元の期待を一身に担って開園。宇宙旅行や南極探検を仮想体験出来るなど、それなりの評判を呼んだ。

98 年 4 月の本州・四国連絡橋「神戸＝鳴門ルート」開通による集客効果に大きな期待をかけたが、年々来園者は減少し、「尾道＝今治ルート」(瀬戸内しまなみ海道)の開通(99 年 5 月)以後は、本州(特に関西方面)から四国への観光客は、四国は四国でも「西」の方へ移ってしまい、来園者数はピーク時(年間 290 万人)の半分以下(99 年度:105 万人)に落ち込んでしまった。

熊本の「アジアパーク」も 2000 年 8 月末の臨時株主総会で「解散」を決議した。「テーマ・パークの 8 割が不振」(前出)の実状から、今後とも第 2・第 3 の「ネイブルランド」、「レオマワールド」が出て来る可能性は残念ながら高い。

これら休園、閉園に追い込まれたテーマ・パークの経営・運営実態を調査して行くうちに、ある「共通した欠点」が見えて来た。

それは、いささか酷な言い方かもしれないが、「作っただけで、育てる努力を怠った」と



いうことである。

次節でも指摘するが、とにかく「当初見通しが甘く」、「テーマがあいまい」であり、しかも「経営者が不勉強かつ怠慢」である。例えば、来園者が園内で過ごす時間を少しでも引き延ばすために、経営者はどんな努力・工夫をしたというのだろう。

それなりに懸命に頑張っているところもあるので一概には言えないが、“第3セクター”などによる「町づくり」や「テーマ・パーク作り」が全国各地でつまずいたり苦戦したりしているのは、まぎれもない事実。

町づくりでもテーマ・パーク作りでも、作るだけでは駄目。育てなければ意味がない。適切な表現ではないかも知れないが「子づくりは一晩で出来るが、子育てには20年掛かる」のだ。

かつて「老舗」について調べたことがある。

「老舗」と書いて「しにせ」と読む。これは「仕似（しに）せる」、「為似（しに）す」という動詞の名詞形「しにせ」に、中国語で「代々続いて繁盛している店」の意の「<sup>ラオプー</sup>老舗」という字を当てたらしい。老舗の旅館や料亭、呉服屋、和菓子屋などの中には100年、200年と続いているところもある。

今以上に厳しい経済情勢や、幾たびかの戦争をも乗り越えて、営々と事業を継続している秘密を探ろうと試みたのである。

その結果得られた「秘密」（結論）は、次ぎの2点である。

どんな場合も、決して「値下げ」「値引き」をしなかったこと

昔からの「しきたり」を守りながらも、常に時代の流れを敏感に感じ取り、夫々の時代にうまく対応（適応）してきたこと

については、もちろんお客に分からない部分での大変な「企業努力」は行なわれたに違いないが、「値下げ」「値引き」だけはしなかった。「あれだけのサービス」が受けられるのなら、「あれだけの味」が味わえるのなら、「値下げ」の必要はないと、お客の方が納得してきたのである。提供する価格に説得力があったということになる。

また、については、先代・先々代が「作った（創った）もの」を受け継ぎながら、しかも、夫々の時代の「新しさ」をうまく取り入れながらの営業努力を、人知れず続けて来たからこそその「老舗」だということである。

「T.D.L.」は、開園以来 17 年数ヶ月、今でもリピーター（再来園者）を増やすために毎年 100 億円近くを投入してアトラクションを更新し、園内の売店では年間 3 千品目以上の新商品を出すなど、お客が来るたびに「新しい魅力が発見出来るよう」努力を重ねているのである。

ただ「つくった」だけでは、とても 17 周年は迎えられなかったはず。常に、若者達に「夢」を「別世界」を提案し続けて来たのだ。「育てて来た」のだ。

## 7. テーマ・パークの今後の方向性

前節で検証した通り、バブル期に乱立した「テーマ・パーク」の多くは、来園者の落ち込みによって苦しい経営を余儀なくされ、閉園または当初の運営方針の修正に追い込まれている。

当初計画では、「長期滞在」・「広域からの集客」を狙ったものが多かったが、実際は「日帰り客」が圧倒的に多く、計画段階で「詰めの甘さ」「意識のズレ」があったことは否めない。

それを実証するように、日帰り客を中心に、年間 30～50 万人程度の集客を狙った「中小規模のテーマ・パーク」が、独自の「ユニークなアイデア」とその「気軽さ」「安さ」等で健闘している事実は、今後の「テーマ・パークのあるべき姿」を示唆している。

「健闘しているテーマ・パーク」に、ほぼ共通しているのは

<ハード面>では：

- ・土地の造成は、出来るだけ自然を生かして「最小限」に
- ・建物も極力「シンプル」に

<ソフト面>では：

- ・パート・アルバイトの活用
- ・高齢者職員の積極的採用

など「合理的な経営」に知恵を絞っていることである。

また、レジャーが文字通り「多様化」した現在、「テーマ・パーク」に繰り返し来場して

もらうためには、設立時の設備投資（初期投資）ばかりでなく、「新鮮さ」を失わないための追加投資（新しい遊具の導入、既存設備の整備など）は不可欠であり、調達能力も含めた「豊富な資金力」が、今後生き残れるかどうかの鍵であることは言うまでもないが、とにかく来園者に「満足」を与えるためには常に「きめ細かいサービス」が必要であり、そのためにはマンパワー（人的サービス）の確保は永遠の経営課題である。

かつて「T.D.L.」を経営する「オリエンタルランド社」に在籍され、主に人材教育に携わられた志澤秀一氏によれば、“ディズニー・フィロソフィー”（Disney Philosophy）なるものがあるそうだ。（同氏著：「ディズニーランドの人材教育」）

つまりウォルト・ディズニーの「運営哲学」的なもので、1冊の本に纏められたものではなく、その精神そのものを指したり、ウォルト・ディズニー語録、スライド・ショー、キャスト（ディズニー・ランドでは、正社員ばかりでなく、パート・アルバイトも含めた全従業員のことを「キャスト」と呼ぶ）への配布物などの各レベルで存在するもの全てをそういうらしい。

そんな中に

You can design, create and build the most wonderful place in the world, but it takes people to make that dream a reality.

（世界一素晴らしい場所を企画、創造し、建設することは可能だが、その夢を現実のものとするためには、人が必要である）

というのがあるそうだ。

ディズニーがここでいう「人」（people）とは、彼が再三「人こそ最大のアトラクション」とか「そこに働く人も、そこを訪れた人も巨大なステージの上に立ち、役を割り当てられた出演者なのだ」言っていたことを考えると、「キャスト」と呼ばれる従業員だけでなく、パークを訪れたお客（Guest）をも含めていることは明らかだが、お客は入場料を払ってくれるが、「キャスト」には給料・手当など、いわゆる「人件費」を支払い続けなければならないのである。

「健闘しているテーマ・パークの共通点（ソフト面）」でも検証した通り、「合理的経営」すなわち、その「人件費」をいかに低く押さえられるかが、「T.D.L.」に限らず、今後のテーマ・パークが“経営として成り立つかどうか”の、もう一つの大きな鍵だということになる。

以上の考察から得られた「21 世紀に生き残れるテーマ・パークの条件」は

- ・資金（調達）力に裏付けられた起業家精神
- ・他の模倣ではない独創性
- ・徹底した合理的経営

の 3 点に要約できるであろう。

先に見た通り、各地で休・閉園のニュースが聞こえる中で、「今後開園予定のテーマ・パーク」もある。

現在、情報として把握しているものを次に列挙してみる。

今後開園予定のテーマ・パーク（2000 年 10 月現在の情報）

開 園 予 定 日	名 称	場 所	テ ー マ
2001 年・春	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン	大阪市	アメリカ・ユニバーサル映画
〃	スパタウン・イン・フォレスト	箱根町	複合型温泉リゾート
2001 年・秋	東京ディズニー・シー	浦安市	海にまつわる物語や伝説
未 定	ロッテワールド東京	江戸川区	夏と冬の共存、地域広場
未 定	ポケモンワールド	京都市	ピカチュウの世界
未 定	手塚治虫ワールド	川崎市	人間と自然の共生、鉄腕アトム

ここで、上記「今後開業予定のテーマ・パーク」並びに「T.D.L」等現在健闘しているテーマ・パークの「立地」に注目しなければならない。

これらの「立地条件」を検証すると、明確な共通点が存在する。

それは、「パーク周辺に必ず『大きな人口集積（巨大人口地区）』を抱えている」ということである。

東京湾岸地域の「T.D.L.」,「東京ディズニー・シー」,「ロッテワールド東京」,「手塚治虫ワールド」,「スパタウン・イン・フォレスト」などはいずれも、千葉、東京、神奈川という“日本最大の人口集積地域”にある。

「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」は大阪、「ポケモンワールド」も京都である。

これらは何を意味しているのだろうか。

その答えは、「反面からの証左？」としての「休・閉園したテーマ・パークの立地」に見出すことが出来る。

先に例示した「ネイブルランド」のあった福岡県大牟田市にしても、「レオマワールド」の香川県綾歌町にしても、「パーク近隣からの集客」はさほど期待できる場所ではなく、む

しろ当初から、遠隔地（九州全域や関西方面）からの客を「当て込んで」いたのである。

しかし、遠隔地からの客は、年間にそうそう何回も来てくれるものではない。

結局は、どの商売でも同じだが、年間に何回も来てくれる（下支えしてくれる）のは「地元客」なのである。しかも、その地元客ですら、先に触れた通り、行く度に「何か新しいもの」が見られ、体験できなければ、何回も来てくれる訳ではない。

従って、テーマ・パークの「立地」に関しては、「計画したアトラクションが十分に納まるスペースが確保できる所」というだけではなく、「パーク周辺に、大きな人口集積地を抱えている」ことが、絶対的な条件となるのである。

これを裏返せば、先に一表に纏めた全国各地の「既存のテーマ・パーク」は、「下支えしてくれる地元の人口」は、ほとんどの地域が年々減少傾向にあるのだから、余程ユニークな企画商品・アトラクションを次々に提供して行かない限り、今後の存続は厳しくなるに違いない。

また、テーマ・パークの今後の方向性を論ずる場合に見逃してはならないのが「ハイテク関連」の「“ゲーム・パーク型”テーマ・パーク」の動向であろう。

現在、「バーチャル体験」をメインに、若者の人気は異常なほどの高まりである。

次の一覧表でも分かるように、その大半が、東京・横浜地区に集中していることも、注目しなければならない。

ハイテク・ゲーム・パーク一覧（2000年10月現在）

名 称	所 在 地	特 徴
ナムコ・ナンジャタウン	東京・池袋 サンシャインシティ・ワールドインポートマート2・3F	昭和30年代の街並み（遊びと想像の空間）。ドラマの主人公の気分で街中を探索
ナムコ・ワンダーエッグ3	東京・玉川 タイムスパーク	期限付き。21世紀には消滅。ミクロ世界の障害物競走等
東京ジョイポリス	東京・台場 デックス東京ビーチ3～5F	ボートレースなど対戦型各種「体感」ゲーム
新宿ジョイポリス	東京・新宿 タカシマヤ タイムズスクエア10・11F	運転やマシン操作等テクニックを必要とするバーチャル・トリップ多数
横浜ジョイポリス	横浜市中区新山下	バーチャルとリアル融合
ネオジオワールド東京ベイサイド	東京・青海 パレットタウン	「世界初」が多数。五感を刺激するフューチャー世界
ネオジオワールドつくば	茨城県土浦市	仮想現実の世界をリアル体

		験。光るボウリング
クラブセガ横浜	横浜・みなとみらい クイーンズスクエア「アット！」内	3Dバーチャルワールド
セガワールド本牧アスティー	横浜・本牧 新本牧ビルA S T Y B1F	エキサイティングな体感ゲーム。豆汽車もあり。

これらの「ハイテク・ゲーム・パーク」の特徴は、いずれも「屋内型」総合エンタテイメントパークだということである。

つまり、「天候に関係なく」遊べるという利点を活かし、交通機関との連動も考慮しての「夜遅くまでの営業」、「遊んだ後のロマンチックな夜景」等をうたい文句に、「カップルを主体にした若者」の心をしっかり掴まえている。

子供の頃から、テレビゲームに馴染んできた現代の若者の性格・性向をうまく掴んだ「ハイテク・ゲーム・パーク」が、どこまで伸びて行くのか、屋外型のテーマ・パークにとってどの程度「脅威」になって行くのか、現時点での予測は極めて難しいと言わざるを得ないが、間違いなく言えることは、これらの「ハイテク・ゲーム・パーク」にとっても、「新しさ」、「他との差別化」をどこまで追求できるかが、やはり存否の鍵を握るということであろう。

最後に、或るエピソードをご紹介して「結び」に代えたいと思う。

兵庫県の「丹波」地区で、地元青年団が“デカンショ節”で地域振興（いわゆる「町おこし」）を図ろうとして、「あなたは“丹波”と聞いて、何を連想しますか？」というアンケートを実施したところ、全国レベルでは（特に女性は）何と「黒豆」という解答が圧倒的に多かったらしい。

そのため、急きょ「デカンショ節」ではなく、「黒豆ワイン」の開発などに方向転換したという話を聞いたことがある。

地元の意識と、一般の人々の意識には大きな「ズレ」があった訳で、「テーマ・パーク作り」の際にも、その町、その地域の人々の気持ちも大切であるが、あくまで「パークを訪れる人」（ターゲットと想定している人）の気持ち・意識を最優先で考えない限り、それは単なる「独りよがり」となり、成功などはおぼつかない。

前記「今後開園予定のテーマ・パーク」の中に、くれぐれも「独りよがり」がないことを祈るばかりである。

以 上